

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ: ПЕРЕХОД ОТ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ К ЭЛЕКТРОННОМУ БИЗНЕСУ.

Автор: Гутри И.С., МГУ им. М.В. Ломоносова

Электронная коммерция существует уже 30 лет, в то время как первые продажи через Интернет зафиксированы лишь в 1995 году. Сейчас происходит постепенная трансформация понятий; кроме электронной коммерции, говорят об электронном бизнесе как о более общем понятии бизнес-активности в Интернете. *Электронный бизнес* представляет собой любой процесс, который бизнес-организация производит посредством сети связанных между собой компьютеров. *Электронная коммерция* — это любая транзакция, совершенная посредством сети связанных между собой компьютеров, по завершении которой происходит передача права собственности или права пользования вещественным товаром или услугой.

Теория развития электронного бизнеса, предложенная Г. Бенеско, имеет своей основой фундаментальные принципы теории Белла. Сутью данной теории является предположение о том, что “создание глобального информационного пространства превращает рынок из пространства в сеть”. Современный мир бизнеса фрагментарен. Неспособность осуществлять внутри- и межфирменные связи в определенной мере ограничивает его общий прогресс. Теперь, когда появились технические вспомогательные средства и сформировались стандарты, можно констатировать тенденцию к консолидации, кооперации и экономической синергии. Компании совершенствуют свои внутренние бизнес-процессы с помощью интрасетей. Интернет используется компаниями для обеспечения внутренней связи и продажи товаров и услуг.

Начинают возникать электронные “сообщества по интересам”. Их целью является поддержка сходных отраслей (например, федеральной администрации, страхования, транспортного обслуживания, здравоохранения) или родственных предпринимательских функций (снабжения, организации платежного оборота, управления персоналом и т. п.). По мере роста и созревания этих сообществ будет расширяться и их изначальная сфера деятельности, и, тем самым, возможности оказываемого ими влияния. Вскоре они начнут накладываться друг на друга. Если бизнес-поведение соответствует такому развитию, возникает эффект экономической синергии. Предпринимательство как целое, движимое экономическими закономерностями и естественным рыночным отбором, будет эволюционировать в сторону глобализации. Электронный бизнес облегчает этот процесс. В этой эволюции, согласно теории Г. Бенеско, можно выделить пять этапов. Каждый из них основывается на предыдущем и представляет собой иной уровень бизнес-практики и сложности операций.

На пути к пятой фазе – глобальному электронному рынку – сначала интегрируются сами компании, затем они образуют сообщества с другими фирмами и формируют электронные конгломераты типа японских кейрецу, которые втягивают в себя всех участников отдельного процесса создания стоимости. Сами кейрецу в четвертой фазе сливаются в региональные торговые сети.

На первой фазе отдельные корпорации оптимизируют внутреннюю эффективность своих операций. Это касается отдела информационных технологий и фирмы в целом. В результате становится возможной унификация работы с персоналом, внутренних систем и процессов, а также их связи с внешним миром.

Вторая фаза характеризуется расширением компании. Вводятся Web/Интернет - технологии, дающие прямой выход на потребителей. Расширяя интрасети, фирмы создают экстрасети для подключения поставщиков, дистрибьюторов и клиентов. Эти экстрасети растут и развиваются. Тесно сотрудничающие компании начинают взаимоувязывать свои интрасети в тех местах, где их бизнес-процессы накладываются друг на друга, чтобы обеспечить свободу потока информации (например, о плановых сроках выпуска и отгрузки) и свободу бизнес-процессов (закупок и платежей).

По мере приобретения опыта и роста взаимного доверия между участниками сообществ складываются все более тесные отношения. Модель сделки перерастает в модель сотрудничества (collaborative model). Такой шаг делает возможным переход к фазе 3 — стратегическому электронному бизнесу.

Фаза 3 характеризуется усовершенствованием цикла “бизнес – бизнес” (B2B). Формируются выходящие за границы корпораций “электронные кейрецу”, которые с помощью Интернета, интранета и экстранета интегрируют всех участников – от потребителей, розничных торговцев и поставщиков вплоть до производителей – в единый рабочий процесс. У структур такого типа может быть много общего: источники информации, рабочая сила, бизнес-процессы, рыночные стратегии.

Благодаря этому участники добиваются повышения эффективности своих операций и экономии на масштабах, что в свою очередь требует гораздо более низких издержек производства, чем при работе в одиночку. Общее время бизнес - цикла сокращается, ускоряя поток товаров и услуг. В связи с этим уменьшаются, с одной стороны, издержки обращения внутри системы, что создает новую стоимость, а с другой — укорачивается время разработки прикладных программ (до их рыночной зрелости).

В пятой фазе геоэкономические структуры сначала соединяются в мега-сообщества или торговые блоки, а затем, по мере необходимости, постепенно интегрируются со всеми другими региональными структурами, с которыми поддерживают деловые отношения. Таким образом, различные региональные торговые сети развиваются в постоянно расширяющийся глобальный электронный рынок с имеющимися в общем распоряжении институтами глобальной торговой сети стран-участниц.

В таком измерении фаза 5 все еще остается утопией, которая на практике при существующих обстоятельствах никогда полностью не реализуется. Реальную ценность здесь имеет путь к такому состоянию. Много должно быть сделано для развития базовых технологий и бизнес-структур, устранения региональных различий в юстиции, законодательной и деловой практике, увязывания предпринимательской деятельности со стандартизацией ее способов.